

現代のマーケティング論の古典の中に「組織は構造化された制度である」との言及があるのはなぜだろうか。戦略と組織構造の関係はチャンドラーによって最初に提起され分析されたテーマである。その後、この研究テーマは、事業部組織の業績評価論として定式化されている。この定式化では、財務的物差しと非財務的なそれとの関係が論じられ、後者には「マーケティングの有効性」が組み込まれている。戦略論・組織論を専門にするある経営学者は、「よいことを上手に成し遂げるための方法を探究する学問」という経営学のある定義をひき、「上手に成し遂げる」という部分に注目して研究を進めているのが「戦略論」や「組織（理）論」であり、現代経営学の中心に位置付けられていると述べ、「戦略」の立案・実施を企業「マネジメント（経営）」と呼び、「よいこと（経営）」に関わるのが「ガバナンス（統治）」の問題である、と展開する。

これらに示される研究分野とも言うべきものの関係に、コーポレート・ガバナンス（以下ではCGと略記）を研究する筆者は、興味を禁じ得ない。筆者は、研究者としての修養時代に、理論と分析の二本立てでやるよう指導を受け、理論と分析対象としての現実との間の緊張関係について教示された。別の教授からは、論文は焦点を絞って書き、タコつぼに陥るな、の教えを受けた。

経済計算の基礎のひとつである企業価値をどのように見るか、誰がそれを評価するか、の争点に関して、先の経営学者は、「よいこと（経営）」の判断は株主にゆだねられるべきであるとの議論が存在する、それはファイナンス論を含めての現代の標準的な経済学の立場である、と述べ、経営学の観点から裏返して言えば、手段としてのマネジメントについては相当の議論を深めてきた一方、「よいこと」＝経営の目的に関わる議論においては、答えを見いだせておらず、むしろ議論を避けてきたのではないかと、と問題提起する。

筆者は、この課題に対して制度経済学の観点からの接近がありうる（どの程度満足できる答えに到達できるかはよく考える必要がある）と考えたい。分析の理論枠組みとしての制度経済学への筆者の関心は、二本立ての対話的議論を試みる限りのことであって、それ以上でもそれ以下でもない。

ひとつは、企業価値と株主価値の関係の議論を進めるには、株価動向の立ち入った検討が必要であろう。ある企業の株価に影響するのは、株式市場内部の認知的動向を別にしても、当該企業の経営判断だけではなく、金利・金融その他の経済産業政策の結果でもありうる。株価をどう見るかは、ファイナンス理論などの理論問題それ自体に関わるだけではなく、分析的には株価のイベントスタディの課題ではなかろうか。

CGについて、経営史の観点からは、「経営者企業が日本経済を制覇した」段階で、「肝心の経営者支配企業が批判されはじめた」、この批判の大本は株主主権論である、CG論はアメリカ流の「軽佻浮薄」だが、日本の観点から見ても一定の根拠がある、との議論が提起されている。この提起は単に不祥事云々の次元の話ではなく、企業目的を分析的に論じている（と筆者には見える）。

この議論には慎重な弁別の上での検討の必要がある。ひとつは、株主の目的と実際の行動の分析である。筆者は、アメリカの1990年代の投資家行動の理論分析を通じて、株主の行動は、株主主権の機能というよりも、ソフトガバナンスの機能とも言うべき内容ではないかと考えてみたい。次に、株主も含めた多様な利害関係者の行動と企業経営の関係分析にあたって、経済生活に natural history の観点から接近する研究を参照したい。

アメリカでも、企業経営の不振時に、企業戦略への株主の関与の動きが高まったのは事実だが、この事態から一般論を導くには、業績評価の内部評価に加えて、外部評価の物差しを、株主がどのように見ているか、のアクション的検討が必要ではないだろうか（そのことを通じてどの程度の証明が導かれるかは、データ次第であろう）。企業経営の内部評価と外部関与の関係の見方に関しては、筆者の見聞きする限りでも、事実関係についてさえも少なからざる取り違えや曖昧さが散見され、関係者もしこの科学研究の障害をいくらかでも取り除こうとするならば、データとその解説が欠かせないのではないだろうか。

また、CGについては、いわゆる企業観としての理論モデル（株主主権や経営者支配など）の如何がしばしば取りざたされると聞き及ぶが、筆者は、現実の経済動態の社会的過程に着目し、安定的な取引行為に必要と考えられる行為者間の「信頼」確保を解明する作業を試みたい。